

BAB IV

PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Orientasi Kancah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Telkom Indonesia Witel Solo bertempat di jalan Mayor Kusmanto No. 1 Solo, Merupakan Badan Usaha Milik Negara yang berdiri sejak tahun 1884. PT. Telkom Indonesia Witel Solo bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum. Jasa yang diberikan oleh PT. Telkom Indonesia Witel Solo itu sendiri dengan layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan, interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Selain itu, PT. Telkom Indonesia Witel Solo juga menyediakan berbagai layanan dibidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based* and *server-based managed service*, *layanan e-payment* dan *IT enabler*, *e-commerce* dan layanan portal lainnya. Berikut Data Demografi Karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Solo:

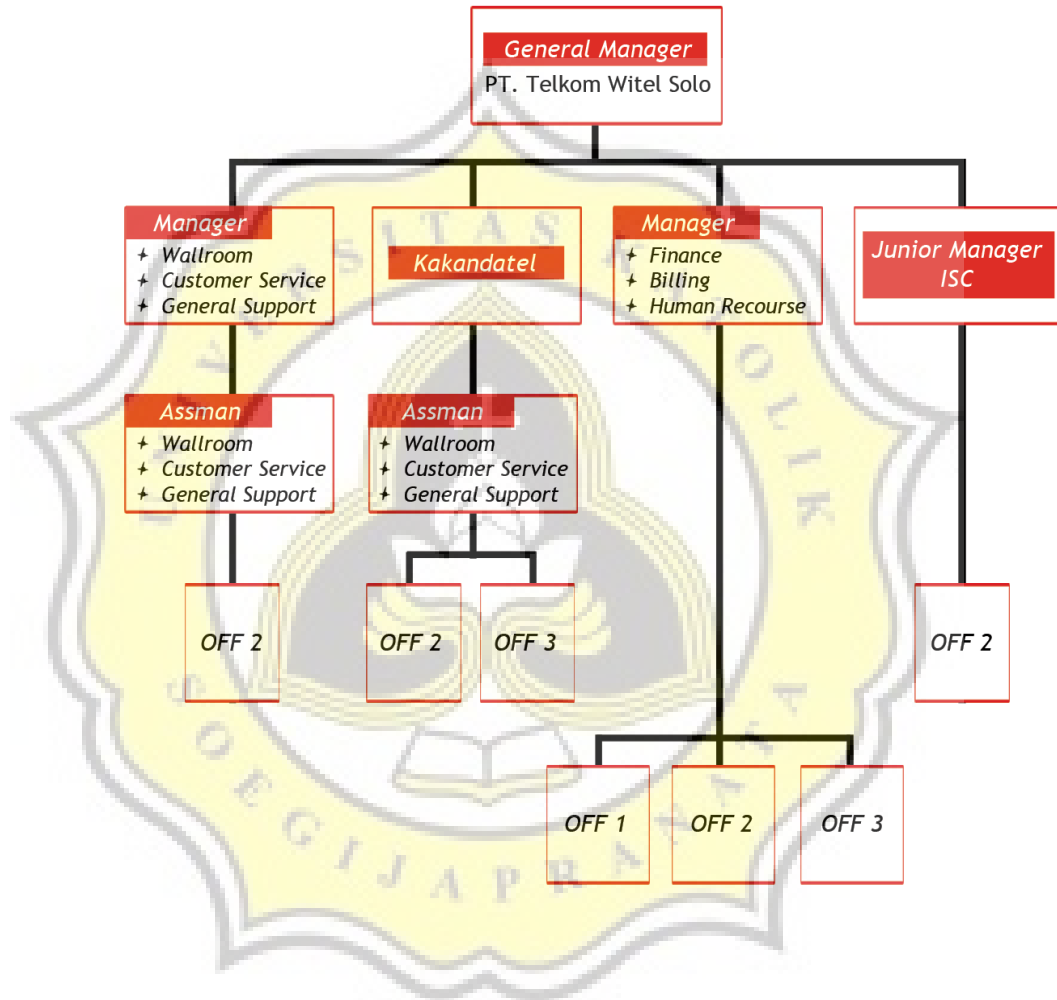
Tabel 3
Data Demografi Karyawan
PT. Telkom Indonesia Witel Solo

Jenis Kelamin	Jumlah karyawan	Prosentase
Laki-laki	65 orang	74 %
Perempuan	23 orang	26 %
Total	88 orang	100 %
Usia	Jumlah karyawan	Prosentase
20-27 tahun	11 orang	13 %
28-35 tahun	3 orang	3 %
36-44 tahun	5 orang	6 %
45-52 tahun	42 orang	48 %
53-60 tahun	27 orang	30 %
Total	88 orang	100 %
Pendidikan Akhir	Jumlah karyawan	Prosentase
SMA/SMK	28 orang	32 %
D1-D3	31 orang	35 %
S1-S2	29 orang	33 %
Total	88 orang	100 %
Masa kerja	Jumlah karyawan	Prosentase
1-5 tahun	12 orang	14 %
6-10 tahun	8 tahun	9 %
11-15 tahun	11 orang	13 %
16-20 tahun	20 orang	23 %
>20 tahun	37 orang	41 %
Total	88 orang	100 %

Bagan 2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Witel Solo



Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Witel Solo



Sumber : PT. Telkom Indonesia Witel Solo

Pada bagan struktur organisasi di atas dapat dijelaskan bahwa jabatan yang tertinggi pada PT. Telkom Indonesia Witel Solo adalah *General Manager* lalu dibawahnya terdapat jabatan *Manager* yang terdiri dari divisi *walroom*, *customer service*, *general support*, *finance*, *billing* dan *human recourse*. Kemudian untuk jabatan yang setara dengan *manager* terdapat jabatan Kakandatel atau yang disebut dengan kepala kantor daerah telekomunikasi dan untuk jabatan *junior manager* ISC atau yang disebut dengan *manager* muda untuk divisi *internet service center*. Selanjutnya dibawah jabatan *manager*, kakandatel dan *junior manager* terdapat jabatan Assman atau asisten *manager*. Dibawah jabatan asisten *manager* terdapat jabatan OFF 1 atau yang disebut dengan staff band 4, OFF 2 yang disebut dengan staff band 5 dan OFF 3 yang disebut dengan staff band 6.

PT. Telkom Indonesia Witel Solo juga melakukan hubungan kerja sama dengan PEMKOT Jawa Tengah sebagai penyedia sarana telekomunikasi, penyedia program aplikasi dan sebagai *IT solution*. Selain itu, PT. Telkom Indonesia Witel Solo juga bekerja sama dengan instansi-instansi terkait diantaranya beberapa Universitas di Indonesia untuk penyediaan jaringan internet dan fiber optik bagi dunia pendidikan Indonesia, UKM dalam sebuah layanan yang akan memudahkan para UKM dimana pun untuk dapat menikmati akses internet dan masih banyak lagi kerja sama dengan instansi lain.

Berdirinya suatu perusahaan baik kecil maupun besar mempunyai tujuan untuk mendukung berjalannya kegiatan

perusahaan tersebut. Tujuan ini bersifat ke dalam maupun keluar. Adapun tujuan dari PT. Telkom Indonesia Witel Solo itu sendiri adalah :

1. *Be the king of digital in the region*, yaitu Telkom sedang bertransformasi untuk menjadi raja dari digital. Menjadi raja di udara dengan layanan telepon selular dari Telkomsel, menjadi raja di darat melalui *fiber to the home* (FTTH), yang dikenal dengan nama IndiHome dan menjadi raja di laut melalui *Fiber Optic Broadband Highway* dari Aceh sampai Papua serta ekspansi ke regional.
2. *Lead Indonesia digital innovation and globalization*, yaitu perusahaan pelat merah yang memiliki misi ini optimis untuk menjadi bagian dari Negara-negara G-10 di tahun 2020 dan G-8 ditahun 2030 dengan *Socio Digi Leader*.
3. *Top 10 market capitalization telco in Asia-Pacific by 2020*, yaitu Telkom sedang bertransformasi untuk menjadi perusahaan pemasaran 10 terbaik se Asia-Pasific pada tahun 2020.

Perkembangan PT. Telkom Indonesia Witel Solo saat ini sangat baik, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan telekomunikasi khususnya di Indonesia. Seiring berjalannya waktu PT. Telkom melakukan banyak inovasi sesuai dengan kebutuhan *customer* mengingat kemajuan teknologi yang begitu pesat. PT. Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak

bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. PT. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-payment* dan *IT enabler*, *e-commerce* dan layanan portal lainnya.

Inovasi dari produk-produk yang dimiliki PT. Telkom, bertujuan mempengaruhi *customer* untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Hal tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh PT. Telkom di setiap tahunnya. Semakin banyak customer yang menggunakan produk PT. Telkom semakin besar peningkatan saham yang akan didapat PT. Telkom. Hasil yang diperoleh dari peningkatan saham PT. Telkom, mendapat perhatian oleh beberapa pihak atau instansi nasional maupun internasional berupa pemberian apresiasi penghargaan keberhasilan yang diraih PT. Telkom. PT. Telkom dapat menjadi perusahaan besar sampai sekarang.

Perusahaan layanan jasa telekomunikasi ini dapat menyesuaikan kebutuhan para pelanggannya baik masyarakat menengah kebawah maupun masyarakat menengah keatas. Selain itu, PT. Telkom Indonesia Witel Solo menganggap perusahaan telekomunikasi lain sebagai kompetitor yang baik. Kemampuan PT. Telkom Indonesia Witel Solo untuk dapat terus bertahan selama tahun di tengah persaingan ketatnya perusahaan jasa penyedia

layanan telekomunikasi di Indonesia ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian budaya organisasi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan menunjukkan sedikit banyak gambaran budaya organisasi PT. Telkom Indonesia Witel Solo, namun hal tersebut belum tergambarkan dengan jelas. Pertimbangan lain yang mendasari peneliti untuk memilih PT. Telkom Indonesia Witel Solo sebagai tempat penelitian, antara lain :

1. PT. Telkom Indonesia Witel Solo sudah pernah dijadikan tempat penelitian Budaya Organisasi, namun sudah cukup lama penelitian tersebut dilakukan.
2. PT. Telkom Indonesia Witel Solo bersedia dijadikan tempat penelitian

B. Persiapan Penelitian

1. Persiapan Perijinan

Sebelum pengambilan data penelitian, peneliti meminta surat pengantar dari Fakultas Psikologi UNIKA Soegijapranata Semarang untuk melakukan survey awal terkait dengan permasalahan yang akan diteliti dan perijinan penelitian. Berbekal surat dengan nomor 3726/B.7.3/FP/VI/2016, peneliti menyerahkan surat tersebut ke kantor PT. Telkom Indonesia Witel Solo. Satu hari kemudian, pihak PT. Telkom memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan survey serta wawancara awal.

Saat survei awal, peneliti menemui Kepala HRD PT. Telkom Indonesia Witel Solo yaitu Bapak Bambang Rahmadi, dan menyampaikan maksud kedatangan peneliti berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Kepala HRD dari pihak PT. Telkom Indonesia Witel Solo mengatakan bahwa pihak PT. Telkom tidak keberatan apabila dilakukan penelitian disana, dan pihak PT. Telkom akan membantu semaksimal mungkin. Beliau juga mendukung riset penelitian dan bersedia memberikan informasi serta data-data yang dibutuhkan peneliti.

2. Penyusunan Alat Ukur

a. Angket Identitas

Angket Adalah suatu alat pengumpulan data berisi daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada subjek/responden penelitian. Pertanyaan-pertanyaan pada angket, bisa berbentuk tertutup (berstruktur), dan bisa juga berbentuk terbuka (tak berstruktur) (Faisal, 2005, h.122). Angket atau kuesioner merupakan suatu bentuk instrument pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relief mudah digunakan. Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang kita kategorikan sebagai data faktual (Azwar,2012, h,101).

Angket kuesioner yang digunakan pada penelitian ini berisi pernyataan-pernyataan tentang identitas diri. Identitas diri ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan lama kerja di PT. Telkom Indonesia Witel Solo.

b. Skala Budaya Organisasi

Peneliti ini menggunakan satu buah skala, yaitu skala budaya organisasi. Skala budaya organisasi ini disusun berdasarkan tujuh dimensi dari Robbins, yaitu *innovation and risk taking*, *attention to detail*, *outcome orientation*, *people orientation*, *team orientation*, *aggressiveness*, *stability*.

Item skala budaya organisasi pada karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Solo terdiri dari 84 item dengan menggunakan empat pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai) pada skala ini pernyataan yang peneliti gunakan hanya mencakup satu bagian dari masing-masing dimensi budaya organisasi dari Robbins, yaitu pernyataan *innovation and risk taking*, *attention to detail*, *outcome orientation*, *people orientation*, *team orientation*, *aggressiveness*, *stability*.

Berikut *blue print* skala budaya organisasi pada karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Solo :

Tabel 4
Sebaran Nomor Item
Skala Budaya Organisasi

Dimensi	Budaya Organisasi	Σ
<i>Innovation and risk taking</i>	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	12
<i>Attention to detail</i>	13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24	12
<i>Outcome orientation</i>	25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36	12
<i>People orientation</i>	37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48	12
<i>Team orientation</i>	49,50,51,52,53,54,55,56,57,58,59,60	12
<i>Aggressiveness</i>	61,62,63,64,65,66,67,68,69,70,71,72	12
<i>Stability</i>	73,74,75,76,77,78,79,80,81,82,83,84	12
Σ		84

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 27 Juni – 11 Juli 2016 di PT. Telkom Indonesia Witel Solo. Peneliti menyerahkan angket skala penelitian ini kepada bapak Bambang selaku kepala HRD di PT. Telkom Indonesia Witel Solo. Peneliti menyampaikan maksud penelitian yang akan dilakukan serta melampirkan surat ijin penelitian yang akan peneliti lakukan serta melampirkan surat ijin penelitian dari Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang dan surat Ijin Penelitian dari PT.

Telkom Indonesia Witel Solo. Peneliti juga menanyakan kapan peneliti dapat mengambil angket dan kuesioner tersebut kepada bagian HRD. Bagian HRD mengatakan karena minggu sebelum lebaran juga banyak yang sudah cuti, rata-rata karyawan sedang mengerjakan laporan akhir bulan dan ditambah masih ada libur lebaran selama 1 minggu. Melihat kondisi tersebut maka peneliti memutuskan untuk mengambil semua kuesioner pada tanggal 11 Juli 2016.

Peneliti menggunakan studi populasi dimana seluruh karyawan organik PT. Telkom Indonesia Witel Solo peneliti gunakan sebagai subjek penelitian. Peneliti menyebar angket dari skala sejumlah 88 buah dan sebanyak 81 buah yang kembali.

Berikut adalah rekapitulasi subjek penelitian yang datanya berhasil diambil oleh peneliti :

Tabel 5

Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	62
Perempuan	19
Total	81

Tabel 6
Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
20-27 tahun	10
28-35 tahun	1
36-44 tahun	4
45-52 tahun	42
53-60 tahun	24
Total	81

Tabel 7
Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah
SMA/SMK	28
D1-D3	27
S1- S2	26
Total	81

Table 8
Subjek Penelitian Berdasarkan Masa Kerja

Massa Kerja	Jumlah
1-5 tahun	11
6-10 tahun	6
11-15 tahun	11
16-20 tahun	19
>20 tahun	34
Total	81

3. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba atau *try out* dalam penelitian kali ini menggunakan *try out* terpakai. Teknik ini diberikansatu kali saja, dengan kata lain data hasil uji coba atau *try out* tersebut juga sekaligus akan digunakan sebagai data penelitian, dimana item kuesioner yang dinyatakan gugur tidak digunakan dalam penelitian. Dengan demikian item yang valid saja yang dimasukkan dalam penghitungan analisis. Bila item yang tidak valid diikutsertakan maka akan mempengaruhi hasil penelitian.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah penelitian dilaksanakan, peneliti melakukan pencatatan hasil dan membuat tabulasi data dari hasil penelitian untuk selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan alat bantu computer dengan program *Statistical Packages for*

Social Science (SPSS) Release 16.0. hasil validitas dan reliabilitas dari alat ukur yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas Alat Ukur

Uji validitas skala budaya organisasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment – Karl Pearson*. Berdasarkan hasil perhitungan validitas pada 84 item diperoleh 73 item valid dan 11 item gugur dengan koefisien antara 0,199 – 0,636. Sebaran item valid dan gugur pada skala Budaya Organisasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 9
Sebaran Item Valid dan Gugur
Skala Budaya Organisasi

Dimensi	Sebaran Item Budaya Organisasi	Jumlah Gugur	Jumlah Valid
<i>Innovation and risk taking</i>	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	0	12
<i>Attention to detail</i>	13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24	0	12
<i>Outcome orientation</i>	25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36	0	12
<i>People orientation</i>	37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48	0	12
<i>Team orientation</i>	49,50,51,52,53,54,55*,56*,57*,58*,59*,60*	6	6
<i>Aggressiveness</i>	61,62,63,64,65,66,67,68,69,70,71,72	0	12
<i>Stability</i>	73,74,75,76,77,78,79*,80*,81*,82*,83*,84*	5	7
Total		11	73

(*) item gugur

b. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Setelah mendapat item-item yang valid dilakukan uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach – Alpha*. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,941. Hal ini berarti skala budaya organisasi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

5. Uji Standard *T- Score*

Standar *t-score* adalah angka skala yang menggunakan *mean* sebesar 50 ($M=50$) dan standar deviasi sebesar 10 ($SD=10$). *T- score* dapat dihitung dengan cara memasukan angka kasar ke dalam sistem komputer dengan program *Statistical Packages for Social Science (SPSS) Release 16.0* untuk mencari angka *z-score* terlebih dahulu. Setelah mendapat angka *z-score* peneliti memindahkan angka-angka *z score* ke dalam program *Excel* dan melanjutkan dengan menghitung *t-score* dengan rumus:

$$T = 50 + 10 \left(\frac{x - \bar{x}}{s} \right) =$$

Setelah mendapatkan angka *T-score* kemudian dimasukan kembali dalam program *Statistical Packages for Social Science (SPSS) Release 16.0* dan digunakan pilihan menu data *Descriptive* untuk mendapatkan hasil *standard score*. *T- score* dicari dengan dengan maksud untuk mentiadakan tanda minus yang terdapat di depan nilai *z score*, sehingga penghitungan ini merupakan cara mengubah

atau mengkonversikan skor-skor mentah hasil penelitian menjadi skor standar relatif.

Pada penelitian ini perlu dilakukan *t- score* dikarenakan *t- score* digunakan untuk menstandarkan jumlah item dimensi dengan dimensi lain agar sama. Karena pada penelitian ini item perdimensi jika menggunakan skor mentah tidak sama secara bobot per item akan berbeda. Sehingga perlu dilakukan penghitungan *t- score* agar sama bobot setiap dimensinya.

